

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada DW *coffee shop* yang terletak di Jalan Bogor no 11 Malang Jawa Timur dan tempat tersebut akan memudahkan peneliti untuk mendapatkan data dari responden.

B. Jenis Penelitian

Sekarang dalam Widayat (2004) mendefinisikan penelitian sebagai suatu usaha investasi secara terorganisir dan sistematis dalam suatu permasalahan tertentu yang memerlukan pemecahan. Penelitian ini menggunakan desain riset kausal (sebab-akibat) dan menggunakan wawancara langsung dengan alat bantu kuisioner kepada responden untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Menurut Umar (2002), penelitian kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya.

C. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Elemen dari <i>Store Atmosphere</i>	Definisi Konsep (Variabel)	Definisi Operasional	Indikator
<i>Eksterior (x₁)</i>	<i>Eksterior</i> adalah bagian depan <i>cafe</i> yang langsung bisa dilihat oleh konsumen yang mencakup layout, pintu masuk dan jalan masuk. (Ma'ruf, 2006)	Bagian luar DW <i>cafe</i> yang mempunyai pengaruh yang kuat terhadap <i>image</i> DW <i>Coffee Shop</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Desain DW <i>cafe</i> unik (mengedepankan ornamen kayu minimalis) • Papan nama terpampang jelas • Logo DW <i>cafe</i> yang unik (melambangkan lafadz Allah) • Tempat parkir DW <i>cafe</i> luas <p><i>Sumber : Berman dan Evan (2001)</i></p>
<i>General Interior (x₂)</i>	Interior umum adalah Elemen bagian dalam <i>cafe</i> yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen (Levy,2007)	Interior umum DW <i>Coffee</i> adalah bagian dalam <i>cafe</i> yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen meliputi aroma ruangan, kebersihan, pencahayaan, suara, fasilitas dan suasana yang dihasilkan.	<ul style="list-style-type: none"> • Kebersihan furnitur DW <i>cafe</i> terjaga • Kebersihan fasilitas dalam <i>cafe</i> terjaga • Fasilitas perpustakaan memadai • Cahaya lampu ruangan DW <i>cafe</i> berwarna kuning • Aroma dalam DW <i>cafe</i> harum. • Suara musik dalam ruangan terdengar lembut. • Suasana dalam DW <i>cafe</i> cukup luas. <p><i>Sumber : Berman dan Evan (2001)</i></p>

Lanjutan Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel

Elemen dari <i>Store Atmosphere</i>	Definisi Konsep (Variabel)	Definisi Operasional	Indikator
<i>Store Layout</i> (x_3)	<i>Store Layout</i> adalah penentuan tata letak <i>cafe</i> yang harus seefektif mungkin. <i>Layout</i> yang baik akan mampu mengundang konsumen untuk betah lebih lama berada di dalam <i>cafe</i> . (Kotler, 2002)	<i>Store Layout DW Coffee</i> adalah penentuan tata letak <i>cafe</i> yang harus seefektif mungkin. Yang meliputi tata letak meja, kursi, letak toilet dan musholla.	<ul style="list-style-type: none"> • Tata letak rak, meja dan kursi tertata rapi • Fasilitas musholla mudah dijangkau • Letak toilet mudah dijangkau • Letak pajangan dan hiasan tertata rapi • Keberadaan smoking area dan no smoking area <p><i>Sumber : Berman dan Evan (2001)</i></p>
<i>Interior Display</i> (x_4)	<i>Interior Display</i> adalah pemajangan tanda-tanda informasi pada pelanggan untuk mempengaruhi suasana lingkungan <i>cafe</i> (Kotler, 2002)	<i>Interior Display DW Coffee</i> adalah pemajangan tanda-tanda informasi pada pelanggan untuk mempengaruhi suasana lingkungan <i>cafe</i> . Seperti: warna dinding, dekorasi ruangan, papan tanda petunjuk, dan aksesoris pendukung lainnya.	<ul style="list-style-type: none"> • Dekorasi DW <i>cafe</i> bagus dengan nuansa <i>classic</i> • Komposisi warna dalam DW <i>cafe</i> bagus • Tanda petunjuk untuk fasilitas terlihat jelas • Penataan aksesoris dalam rak rapi • Buku menu dicetak unik (seperti figura) <p><i>Sumber : Berman dan Evan (2001)</i></p>
<i>Repurchase Decisions</i> (y)	<i>Repurchase Decisions</i> adalah kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali (Peter, 2007)	<i>Repurchase Decisions</i> adalah kegiatan pembelian ulang yang dilakukan lebih dari satu kali (2x pembelian) di DW Coffee Shop.	<ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan • Minat membeli dengan menambah kuantitas • Minat membeli dengan penambahan frekuensi <p><i>Sumber : Hellier et.al. (2003)</i></p>

Sumber : Data primerr yang diolah (2017)

D. Populasi dan Sampel

A. Populasi penelitian

Populasi adalah kumpulan elemen yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan atau generalisasi populasi (Widayat, 2004). Dalam penelitian ini populasinya adalah semua konsumen yang pernah melakukan pembelian dan mengkonsumsi di DW *Coffee Shop*.

B. Sampel penelitian

Menurut Widayat (2004) sampel merupakan suatu sub kelompok dari populasi yang dipilih dari penelitian. Menurut Arikunto (2008) penentuan pengambilan sampel yaitu apabila kurang dari 100 lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan transaksi di DW *Coffee shop* baik laki-laki maupun perempuan yang sudah melakukan pembelian lebih dari satu kali (2x pembelian).

Menurut Supranto (2001), apabila jumlah populasi belum diketahui maka perlu diestimasi, proporsi sampel dapat dihitung melalui rumus *Lemeshow* atau disebut rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{Z^2 \alpha / 2}{E} \right]^2$$

n = jumlah sampel dari populasi yang ingin diperoleh

Z = angka yang menunjukkan penyimbangan nilai varians dari mean

E = kesalahan maksimal yang mungkin dialami

α = tingkat kesalahan data

Peneliti meyakini bahwa tingkat kepercayaan sebesar 95%, maka kesalahan dugaan sampel sebesar 5% ($\alpha = 5\%$) serta batas eror sebesar 10% yang artinya kesalahan responden dalam proses pencarian data tidak boleh melebihi 10% dari besarnya sampel minimum, maka perhitungan sampelnya sebagai berikut:

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{z_{0,05/2}}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} [1,96]^2$$

$$n = 96,04$$

Jumlah sampel dari perhitungan diatas jika dibulatkan adalah 96 responden. Ukuran sampel yang sesuai berkisar antara 100-200 responden (Hair, *et.al.*, 2010), maka jumlah sampel sebanyak 100 responden dirasa cukup untuk mewakili populasi.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik yang digunakan adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah kebetulan ditemui atau bisa dijadikan sampel (Widayat, 2004). Teknik pengambilan sampel digunakan pada saat mencari sampel dan memberikan kuesioner kepada konsumen yang sudah melakukan pembelian pada DW *Coffee shop* lebih dari satu kali (2x pembelian).

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sugiyono (2010) mengatakan data kuantitatif adalah data yang dapat diukur dan dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dalam bentuk bilangan atau angka. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber yang tidak melalui media perantara. Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan peneliti. Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kegiatan dan hasil pengujian. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebar kuisisioner yang disebar kepada responden. Sedangkan data sekunder merupakan sumber informasi dari owner DW *Coffee shop*.

F. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner yang dibagikan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden. Responden dalam penelitian ini yaitu pengunjung DW *Coffee shop* dan sudah pernah melakukan pembelian lebih dari satu kali (2x pembelian). Kuesioner tersebut berisi pertanyaan dan pernyataan yang berkaitan dengan pengaruh *store atmosphere* terhadap *repurchase decision*. Cara yang digunakan dalam penyebaran kuesioner adalah dengan menunggu responden yang telah melakukan pembelian di DW *cafe*, setelah itu peneliti mengajukan pertanyaan singkat untuk memastikan responden adalah sasaran yang tepat. Setelah

mengajukan pertanyaan, peneliti meminta ketersediaan responden untuk mengisi kuesioner saat itu juga.

Penyebaran kuesioner akan dilakukan sebanyak 3 tahapan, tahap pertama akan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada 33 orang, kemudian tahap ke dua juga 33 orang dan tahap terakhir 34 orang, dengan jumlah total responden sebanyak 100 orang.

G. Teknik Pengukuran Variabel

Teknik pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2005), skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Responden diminta untuk mengisi daftar pertanyaan dengan jumlah kategori sebanyak lima, dan semua jawaban responden dihitung dengan menggunakan skor berikut:

- 1) Jawaban sangat setuju dengan skor lima.
- 2) Jawaban setuju dengan skor empat.
- 3) Jawaban netral dengan skor tiga.
- 4) Jawaban tidak setuju dengan skor dua.
- 5) Jawaban sangat tidak setuju dengan skor satu.

H. Teknik Pengujian Instrumen

Agar data yang diperoleh mempunyai tingkat akurasi dan konsistensi yang tinggi, instrumen penelitian yang digunakan harus valid dan reliabel. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu metode yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Menurut Arikunto (2008), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Metode yang digunakan untuk menguji validitas pada penelitian ini adalah dengan teknik *pearson correlation* dengan menggunakan bantuan *SPSS 15.00 for windows software*. Adapun cara pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut :

- 1) apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel} = \text{valid}$
- 2) apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel} = \text{tidak valid}$

Berikut adalah hasil uji coba pengujian validitas 30 data kuesioner:

Tabel 3. 2. Hasil Uji Validitas Variabel 30 Data

Item Total Statistics

Item	r hitung	r tabel	Ket
<i>Eksterior (x₁)</i>			
<i>X_{1.1}</i> - Desain DW <i>cafe</i> unik (mengedepankan ornamen kayu minimalis)	0,750	0,361	Valid
<i>X_{1.2}</i> - Papan nama terpampang jelas	0,828	0,361	Valid
<i>X_{1.3}</i> - Logo DW <i>cafe</i> membentuk lafadz Allah	0,924	0,361	Valid
<i>X_{1.4}</i> - Tempat parkir DW <i>cafe</i> luas	0,881	0,361	Valid
<i>General Interior (x₂)</i>			

Item	r hitung	r tabel	Ket
$X_{2.1}$ - Furnitur atau peralatan DW <i>cafe</i> bersih	0,793	0,361	Valid
$X_{2.2}$ - Fasilitas di dalam <i>cafe</i> terlihat bersih	0,593	0,361	Valid
$X_{2.3}$ - Tersedianya perpustakaan yang memadai	0,671	0,361	Valid
$X_{2.4}$ - Cahaya lampu ruangan berwarna kuning di dalam DW <i>cafe</i>	0,506	0,361	Valid
$X_{2.5}$ - Aroma dalam DW <i>cafe</i> harum	0,574	0,361	Valid
$X_{2.6}$ - Suara musik dalam ruangan terdengar lembut.	0,621	0,361	Valid
$X_{2.7}$ - Suasana dalam ruangan DW <i>cafe</i> cukup luas	0,690	0,361	Valid
Store Layout (x_3)			
$X_{3.1}$ - Tata letak rak, meja dan kursi tertata rapi	0,803	0,361	Valid
$X_{3.2}$ - Fasilitas musholla bersih mudah dijangkau	0,715	0,361	Valid
$X_{3.3}$ - Letak toilet mudah dijangkau	0,876	0,361	Valid
$X_{3.4}$ - Letak pajangan atau hiasan tertata rapi	0,844	0,361	Valid
$X_{3.5}$ - Area smoking dan no smoking memuat konsumen nyaman menempatkan dirinya masing-masing	0,518	0,361	Valid
Interior Display (x_4)			
$X_{4.1}$ - Dekorasi DW <i>cafe</i> bagus dengan nuansa <i>classic</i>	0,801	0,361	Valid
$X_{4.2}$ - Komposisi warna dalam DW <i>cafe</i> bagus	0,762	0,361	Valid
$X_{4.3}$ - Tanda petunjuk untuk fasilitas terlihat jelas	0,860	0,361	Valid

Item	r hitung	r tabel	Ket
X _{4.4} - Penataan aksesoris dalam rak rapi	0,820	0,361	Valid
X _{4.5} - Buku menu dicetak unik (menarik perhatian konsumen)	0,541	0,361	Valid
Repurchase Decisions (y)			
Y ₁ - Saya merasa puas atas layanan dari DW <i>cafe</i>	0,805	0,361	Valid
Y ₂ - Saya akan membeli dengan menambah jumlah pesanan	0,872	0,361	Valid
Y ₃ - Saya akan sering berkunjung ke DW <i>cafe</i>	0,737	0,361	Valid

Sumber : Data primer yang diolah (2017)

2. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan satu sampai dengan nol tetapi merupakan rentangan antara beberapa nilai misalnya nol sampai dengan sepuluh atau nol sampai dengan seratus. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{ii} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir

σ_t^2 = varian total

Adapun kriteria reliabilitas adalah sebagai berikut:

- 1). Apabila nilai Alpha Cronbach $> 0,6$ = reliabel.
- 2). Apabila nilai Alpha Cronbach $< 0,6$ = tidak reliabel.

Berikut hasil uji coba pengujian reliabilitas 30 data kuesioner :

Tabel 3. 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel 30 Data

Reliability Statistics

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Eksterior</i> (x_1)	0,742	Reliabel
<i>General Interior</i> (x_2)	0,784	Reliabel
<i>Store layout</i> (x_3)	0,685	Reliabel
<i>Interior Display</i> (x_4)	0,717	Reliabel
<i>Repurchase Decisions</i> (y)	0,798	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah (2017)

Pada tabel 3.3. diketahui bahwa seluruh variabel yang digunakan reliabel atau handal karena nilai alpha $> 0,6$. Seluruh variabel handal, dapat diartikan bahwa item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini mampu atau handal untuk dipakai sebagai alat ukur untuk mengukur *store atmosphere* dan *repurchase decision* serta mampu digunakan untuk penelitian di masa yang akan datang.

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik (uji prasyarat analisis) yang terdiri dari :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui data variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas menggunakan program *SPSS 15.00 for Windows*. Penelitian berdistribusi normal apabila memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$), untuk menguji apakah data normal atau tidak dilakukan dengan cara melihat signifikan dari uji *Kolmogorov-Smirnov*.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2012). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai $\text{VIF} > 10$ = terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian pada penelitian ini menggunakan grafik *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel dengan residualnya. Jika terdapat pola yang jelas maka terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Dalam penelitian ini tidak menggunakan uji autokorelasi dikarenakan model dalam penelitian tidak menggunakan deret waktu atau *time series* dan hanya menggunakan data *cross sectional*, sehingga tidak membutuhkan uji autokorelasi dimana uji tersebut digunakan untuk mencari simpangan atau kesalahan yang terjadi pada deret waktu atau *time series* yang digunakan dalam penelitian.

J. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat, dan pada dasarnya merupakan perluasan dari Regresi Linier Sederhana. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variable independen *Store Atmosphere* (x) terhadap variabel dependen *Repurchase Decisions* (y). Rumus analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4$$

Keterangan :

Y = *Repurchase Decisions*

a = Parameter konstanta

b = Parameter koefisien regresi

x_1 = variabel *ekterior*

x_2 = variabel *general interior*

x_3 = variabel *store layout*

x_4 = variabel *interior display*

K. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2009). Nilai koefisiennya terletak antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi mendekati satu berarti variabel independen sudah dapat memberi semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Pengujian analisis koefisien determinasi pada penelitian ini menggunakan *SPSS 15.00 for Windows Software*.

L. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang di dasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol).

a. Uji F

Uji Statistik F (simultan) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel terikat (Kuncoro,2004). Berikut adalah syarat hasil keputusan dalam Uji F:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ = maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ = maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

b. Uji t

Uji Statistik t (parsial) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel secara individual dalam menerangkan variabel terikat (Kuncoro,2004). Pengujian Uji t pada penelitian ini menggunakan bantuan *SPSS 15.00 for Windows software*, dengan kriteria pengujian hipotesis berdasarkan nilai probabilitas t hitung.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ = maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ = maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.